

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH MITRA BEASISWA
(Studi Kasus AJB Bumiputra 1912 Cabang Setia Budi)**

SKRIPSI

Oleh:

ABDUR RAHMAN NASUTION
NIM : 55154050

Program Studi
Asuransi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH MITRA BEASISWA
(Studi Kasus AJB Bumiputra 1912 Cabang Setia Budi)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Ilmu Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Oleh:

ABDUR RAHMAN NASUTION
NIM : 55154050



**PROGRAM STUDI ASURANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdur Rahman Nasution

NIM : 55154050

Tempat/Tgl Lahir : Sirambas, 14 November 1994

Alamat : Jln. Willem Iskandar No. 105

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MITRA BEASISWA (Studi Kasus AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi)"** benar karya hasil saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Januari 2020

Yang membuat pernyataan



Abdur Rahman Nasution

NIM 55154058

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH MITRA BEASISWA
(Studi Kasus AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi)**

Oleh:

ABDUR RAHMAN NASUTION
NIM: 55154050

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Asuransi Syariah.

Medan, 17 Januari 2020

Pembimbing I




Zuhri M. Nawawi, MA
NIP. 19760818 200710 1 001

Pembimbing II



Dr. Muhammad Arif, MA
NIP. 1100000093

Mengetahui,
Ketua Jurusan Asuransi Syariah




Yusrizal, SE, M.Si
NIP. 197505222009011006

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MITRA BEASISWA (Studi Kasus AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi)**” an. Abdur Rahman Nasution, NIM. 55154050 Prodi Asuransi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 10 Februari 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Prodi Asuransi Syariah.


Medan, 27 Oktober 2020
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Prodi Asuransi Syariah UIN-SU
Sekretaris,

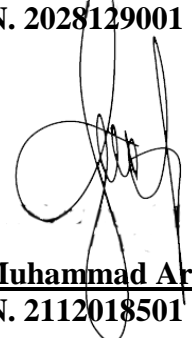
Ketua,



Yusrizal, SE, M.Si
NIDN. 2022057501


Nur Ahmadi Bi Rahmani, SE, M.Si
NIDN. 2028129001

Anggota


Zuhrinal M Nawawi, MA
NIDN.2018087601


Dr. Muhammad Arif, MA
NIDN. 2112018501


Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701


Dr. Marlivan, MA
NIDN. 2026017602

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan

Dr. Andri Soemitra, M.Ag
NIDN. 2007057602

ABSTRAK

Penelitian Abdur Rahman Nasution, Nim 55154050. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mitra Beasiswa (Studi Kasus AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi)”**. Program Studi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Kepuasan nasabah dapat dicapai dengan adanya pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau melebihi harapan nasabah atas terpenuhinya kebutuhan nasabah. Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya nasabah yang mengalami kekecewaan, pelayanan yang berbelit-belit serta ketidak jelasan informasi yang dialami oleh nasabah. Dengan perumusan masalah yaitu, apakah faktor-faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?, Apakah kualitas pelayanan secara keseluruhan (bukti nyata, keandalan, koresponsifan, jaminan, dan empati) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dengan jumlah sampel 70 orang dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pengambilan data yang digunakan adalah melalui kuisioner yaitu dengan cara menyebar kuisioner. Dengan hasil uji nilai koefisien determinasi adalah 0,741. Nilai tersebut dapat diartikan variabel bukti nyata, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati mampu mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 74,1%. Pada kesimpulannya kualitas pelayanan di AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi sudah berjalan dengan baik. Hal ini ditinjau dari bukti nyata yang diterima nasabah, tanggung jawab dan kepedulian terhadap nasabah, kemampuan yang dimiliki oleh karyawan, adanya jaminan seperti kepastian waktu yang diberikan kepada nasabah serta rasa empati atau perhatian yang tulus yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah.

Kata kunci : Bukti Nyata, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati dan Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan kemudahan sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mitra Beasiswa Kantor Cabang Setia Budi” guna memenuhi salah satu sayarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Penyusunan skripsi ini tak lepas lagi dari berbagai pihak yang telah mendoakan dan membantu menyelesaikannya. Dengan tulus, penyusun mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan serta kesehatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ayahanda dan Ibunda yang begitu tulus dan ikhlas memberikan kasih sayang, doa, dan semangat kepada saya.
3. Bapak Prof. Dr. KH. Saidurrahman, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
4. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Yusrizal, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Asuransi Syariah serta Staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengarahkan, membimbing, memberikan wawasan serta ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
6. Ibu Dr. Chuzaimah Batubara, M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Zuhrinal M. Nawawi MA, selaku pembimbing I, yang sangat-sangat baik sekali, mempermudah penulis, serta memberikan

masuk dan motivasi. Dan bersedia memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.

8. Bapak Dr. Muhammad Arif, MA selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi.
9. Seluruh Staff pegawai AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi Medan yang telah memberikan saya kesempatan dan bimbingan untuk melakukan penelitian ini.
10. Teman-teman jurusan Asuransi Syaiah, angkatan 2015 yang telah banyak membantu dan memberikan semangat kepada penyusun.
11. Rekan-rekan kerja Setya Net dan Alumni 2014 Medan yang selalu memberi motivasi dan dukungan saat mengerjakan skripsi ini.
12. Serta pihak-pihak yang telah mendukung yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Kemudian hanya kepada Allah penyusun berdoa semoga kebaikan dan keikhlasan mereka mendapatkan balasan yang jauh lebih baik dari Allah SWT. Akhirnya, skripsi ini adalah hasil dari peneliti yang jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penyusun mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak untuk penulisan yang lebih baik dimasa mendatang. Hanya kepada Allah saya memohon ampun dan kepada-Nya mohon petunjuk. Semoga bermanfaat.

Medan,
Penyusun

Abdur Rahman Nasution

NIM. 55154050

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan	7
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	7
2. Perspektif Kualitas	8
3. Karakteristik Kualitas Pelayanan	9
4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	10
5. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam	12
B. Kepuasan Nasabah	14
1. Pengerian Kepuasan	14
2. Faktor - faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah	15
3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	16
4. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam.....	17
C. Kajian Terdahulu.....	19
D. Kerangka Teoritis	21
E. Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	24
B. Lokasi Penelitian	24
C. Jenis dan Sumber Data	24

D. Populasi dan Sampel	25
E. Defenisi Operasional	26
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	28
G. Analisis data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum AJB Bumiputera 1912	34
1. Sejarah Perusahaan.....	34
2. Visi dan Misi	35
3. Fungsi dan Tujuan AJB Bumiputera	36
4. Struktur Organisasi.....	37
5. Tugas dan Tanggung Jawab	38
6. Produk – Produk AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi	41
B. Identifikasi Responden	43
1. Karakteristik Responden	43
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3. Uji Asumsi Klasik	46
4. Uji Hipotesis.....	52
C. Pembahasan Hasil.....	56
1. Pengaruh bukti nyata terhadap kepuasan nasabah	56
2. Pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah.....	56
3. Pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan nasabah	57
4. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah.....	57
5. Pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah.....	58
6. Pengaruh bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR RIWAYAT HDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Jumlah Nasabah dari tahun 2015 – 20182	2
Tabel 3.1 Pengukuran sakla likert.....	28
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi dan Persentase berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi dan Persentase Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi dan Persentase berdasarkan Pendidikan.....	45
Tabel 4.5 Uji Validitas terhadap Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner	45
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.7 Uji Normalitas Tabel.....	47
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	50
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4.11 Uji Pengaruh Simultan dengan Uji F	53
Tabel 4.12 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	54
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	37
Gambar 4.2 Uji Normalitas <i>Normal Probability Plot</i>	48
Gambar 4.3 Uji Normalitas Histogram	49

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan asuransi merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam bidang jasa. Perusahaan asuransi yang berkembang saat ini mulai banyak yang melakukan inovasi produk yaitu dengan menciptakan beragam jenis produk untuk menarik minat masyarakat dan untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. AJB Bumiputera Cabang setia Budi yang merupakan objek penelitian adalah salah satu perusahaan asuransi yang bergerak di bidang pertanggungan asuransi pendidikan.

Salah satu produk AJB Bumiputera, asuransi Mitra Beasiswa yang ditawarkan oleh Bumiputera merupakan program asuransi menggunakan basis tabungan yang menggabungkan tipe asuransi jenis konvensional atau tradisional pada umumnya. Disisi lain kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan guna mempertahankan nasabahnya. Karena Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.¹

¹Aviliani dan Wilfridus, *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan* (Jakarta : Usahawan 1997), h. 58.

Dengan mengetahui, mengenali, dan memahami kebutuhan pelanggan maka pelaku bisnis tahu apa yang harus dilakukan dan dikerjakan dalam memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal kepada pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan dan pelanggan akan merasa diperhatikan, dipentingkan dan terbantu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkannya dan diinginkannya.

Suatu perusahaan dapat bertahan jika produk yang dipasarkan mendapatkan respon positif. Respon positif dapat dilihat dari nasabah memutuskan membeli produk tersebut. Keputusan nasabah dalam memilih asuransi Mitra Beasiswa pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi dapat dilihat dari data jumlah nasabah selama 4 tahun terakhir dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah dari tahun 2015 – 2018

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2015	326 orang
2	2016	231 orang
3	2017	270 orang
4	2018	198 orang

Sumber : AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi

Dari tabel 1.1. dapat dilihat jumlah nasabah Mitra Beasiswa pada AJB Bumiputera Cabang Setia Budi mengalami fluktuatif, pada tahun 2015 jumlah nasabah mitra beasiswa sebanyak 326 nasabah namun terjadi penurunan pada tahun 2016 yaitu sebanyak 231 nasabah dan pada tahun 2016 mengalami kenaikan yaitu 270 nasabah dan pada tahun 2018 mengalami penurunan yaitu 198 nasabah. Penurunan jumlah nasabah dipengaruhi oleh persaingan dan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Karena pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting, provider harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang lebih bermutu, lebih murah dan pelayanan yang lebih baik. Suatu produk dikatakan bermutu apabila dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu pengetahuan tentang kebutuhan dan kepuasan pelanggan sangatlah penting.²

Berdasarkan hasil wawancara pertama Nurhafni Nasution pada tanggal 4 November 2019 dengan no Polis 216160202553 yang merupakan tertanggung asuransi mengatakan.

*"Pada Agustus 2018, Satu bulan sebelum jatuh tempo pencairan dana, saya pun diminta untuk menyerahkan buku polis asli kepada Bumiputera, dan mendapatkan tanda terima. Saya dijanjikan proses pecairan uang dalam waktu satu bulan. saya menagih janji satu bulan kemudian, dan bulan berikutnya secara rutin. Namun mendapatkan jawaban dari petugas bahwa kantor cabang sudah tidak punya wewenang untuk mencairkan klaim. Saya bolak balik ngecek rekening saya, tidak ada dana cair. Saya kembali lagi ke kantornya, malah diarahkan untuk menghubungi kantor pusat Bumiputera. Dan saya sudah coba, saya bingung dan sulit sekali menghubungi nomor kantor, sangat berbelit-belit, Setiap kali menagih, saya malah ditawari produk baru asuransi, ditawari kontrak supaya uang saya itu diinvestasikan lagi, dimasukkan lagi, tapi saya tidak mau tanda tangan kontrak. Saya ini sudah kecewa tapi malah ditawari produknya," katanya dengan nada kesal.*³

Wawancara yang kedua pada tanggal 6 November 2019 Andi Hakim yang merupakan salah satu nasabah asuransi pendidikan mengatakan.

"Sangat disayangkan Bumiputera tidak membayarkan klaim sesuai waktu yang dijanjikan, ketika saya datang kantor mereka berdalih dokumen yang diminta masih kurang lengkap dan meminta segera dilengkapi padahal uang tersebut sangat dibutuhkan untuk membayar keperluan pendidikan anaknya, satu

²J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 57

³Wawancara dengan Nurhafni Nasution. tanggal 4 November 2019 di kantor AJB Bumiputera Cabang Setia Budi

*hari kemudian saya datang untuk melengkapi dokumen tersebut dan lagi saya disuruh menunggu pencairan dana sebulan kedepan saya merasa dipersulit dengan ketidakjelasan informasi ini.*⁴

Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan nasabah adalah untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang membuat para nasabah tidak puas sehingga dapat diperbaiki. Berdasarkan pada azas kepercayaan masalah kualitas layanan (*service quality*) perusahaan setidaknya memenuhi lima dimensi pelayanan yaitu *tangibles* (bukti nyata), *reliability* (keandalan,) *responsiveness* (ketanggapan) *assurance* dan (jaminan) *empathy*, (empati).⁵ Dan dari lima dimensi pelayanan tersebut, akan diketahui apakah secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah AJB Bumiputera 1912 cabang Setia Budi.

Dari uraian di atas kemudian terdorong untuk mengadakan penelitian mengenai pelayanan AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi dengan kepuasan para nasabahnya, yang kemudian tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mitra Beasiswa (Studi Kasus AJB Bumiputra 1912 Kantor Cabang Setia Budi)** ”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan judul dalam penelitian ini, adapun beberapa masalah yang diidentifikasi diantaranya adalah :

1. Kualitas pelayanan AJB Bumiputera Cabang Setia Budi yang masih kurang baik.
2. Jumlah nasabah Mitra Beasiswa Cabang Setia Budi dari tahun 2015 - 2018 mengalami naik turun.
3. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Cabang Setia Budi masih kurang cepat.

⁴Wawancara dengan Andi Hakim. tanggal 6 November 2019 di kantor AJB Bumiputera Cabang Setia Budi

⁵Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta : Andi Offset 2014), h. 282

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dari identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini, serta banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dengan ini membatasi masalah hanya dengan menggunakan 1 faktor yaitu kepuasan nasabah pada pelayanan asuransi Mitra Beasiswa pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah bukti nyata (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi?
2. Apakah keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi?
3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi?
4. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi?
5. Apakah empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi?
6. Apakah faktor-faktor kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera Cabang Setia Budi?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah bukti nyata berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.
- b. Untuk mengetahui apakah keandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.

- c. Untuk mengetahui apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.
- d. Untuk mengetahui apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.
- e. Untuk mengetahui apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.
- f. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mitra Beasiswa AJB Bumiputera Cabang Setia Budi

2. Manfaat Penelitian

- a. Untuk Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai asuransi Mitra Beasiswa khususnya AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak masukan, ide dan sumber informasi bagi pihak asuransi dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih memuaskan nasabah.
- c. Bagi Akademisi, untuk memperkaya khasanah penelitian dan literature untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler merupakan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.¹ Sedangkan menurut Wyckof sebagaimana dikutip oleh Fandy Tjiptono, kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*Excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.²

Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (para penerima layanan) secara konsisten. Pelanggan atau konsumen merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kualitas pelayanan, karena dalam hal ini pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Danang Sunyoto juga menjelaskan bahwa kualitas atau mutu pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.³

¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Indeka, 2005), h. 95.

²Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011), h. 331.

³Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Caps, 2012), h. 236.

Perusahaan tentunya akan saling berkompetisi untuk meningkatkan kualitas produk/jasa yang ditujukan untuk pemenuhan dan dalam rangka memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen sasaran. Menurut Kotler dan Keler ada tiga langkah yang dapat diambil perusahaan jasa untuk meningkatkan kendali kualitas jasa sebagai berikut :

a. Berinvestasi dalam prosedur ketenaga kerjaan dan pelatihan yang baik, merekrut karyawan yang tepat dan memberikan pelatihan yang bagus adalah hal yang sangat penting. Karyawan yang terlatih dengan baik memiliki enam karakteristik yaitu :

1. Kompetensi, Memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan
 2. Kesopanan, Ramah, sopan, dan menghargai orang lain.
 3. Kredibilitas, Dapat dipercaya
 4. Keandalan, Melaksanakan pelayanan secara konsisten dan akurat
 5. Responsifitas, Merespon permintaan dan masalah pelanggan dengan cepat
 6. Komunikasi, Berusaha memahami pelanggan, berkomunikasi dengan jelas.
- b. Menstandarisasikan proses kinerja jasa diseluruh organisasi
- c. Mengamati kepuasan pelanggan: menerapkan system saran dan keluhan, survei pelanggan, dan berbelanja perbandingan.

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, kualitas pelayanan adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik pelayanan yang menentukan sejauh mana penyajian produk atau jasa dan penyampaiannya dapat memenuhi persyaratan kebutuhan dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen atau pelanggan.

2. Perspektif Kualitas

Garvin menyatakan ada lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan.

a. Pendekatan Transendental (*transcendental approach*)

Dalam pendekatan ini kualitas dipandang sebagai keunggulan bawaan (*innate excellence*), dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan.

b. Pendekatan Berbasis Produk (*product-based approach*)

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

c. Pendekatan Berbasis Pengguna (*user-based approach*)

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya, kualitas yang dirasakan merupakan produk berkualitas paling tinggi).

d. Pendekatan Berbasis Manufaktur (*mcmufacturing-based approach*)

Perspektif ini bersifat berdasarkan pasokan (*supply-based*) dan secara khusus memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan kemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan

e. Pendekatan Berbasis Nilai (*value-based approach*)

Kualitas dalam perspektif relatif sehingga produk yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat untuk dibeli (*best-buy*).¹

3. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Kotler mengungkapkan bahwa jasa yang diberikan kepada konsumen mengandung karakteristik, diantaranya :

a. Tidak berwujud

Jasa berbeda dengan barang karena jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Dengan kata lain, konsumen tidak dapat menilai hasil dari jasa atau pelayanan sebelum mereka menikmatinya sendiri.

⁴Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta : Andi Offset, 2013), h. 99.

b. Tidak terpisahkan

Biasanya barang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan, dijual, baru kemudian dikonsumsi. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Misalnya, ruang kuliah yang nyaman, fasilitas komputer, book store, dan sebagainya.

c. Bervariasi

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan keluaran non baku artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

d. Tidak tahan lama

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.²

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

- a. Bukti nyata (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang

⁵Philip Kotler, *Dasar - Dasar Pemasaran*. (Jakarta : Purnhalindo 2000), h. 132.

berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.³

Kualitas Layanan dibentuk oleh 5 indikator yang meliputi pertanyaan yang berhubungan dengan pendekatan SERVQUAL, yaitu sebagai berikut :

a) Bukti nyata (*tangible*)

Indikator dari *tangible* untuk mengetahui seberapa baik penampilan fisik yang dapat diandalkan.

b) Ketanggapan (*responsiveness*)

Indikator dari *responsiveness* untuk mengetahui seberapa baik perusahaan berupaya untuk membantu dan memberikan jasa yang cepat kepada pelanggan.

³Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta : Salemba Empat 2008). h. 182.

c) Jaminan (*assurance*)

Indikator dari *assurance* untuk mengetahui seberapa baik pengetahuan, keramahan, dan kemampuan para pegawai melakukan tugas secara spontan dan menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

d) Keandalan (*reliability*)

Indikator dari *reliability* untuk mengetahui seberapa baik kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya sesuai harapan pelanggan.

e) Empati (*empathy*)

Indikator dari *empathy* untuk mengetahui seberapa baik perusahaan memahami keinginan pelanggan dan memberikan sentuhan perhatian secara ikhlas kepada setiap pelanggan.⁴

5. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an surat Al-Ali Imran ayat 159, yang menyatakan bahwa :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ ۚ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.”(Qs. Ali Imran: 159).

⁷http://eprints.undip.ac.id/16507/1/Ari_Wijayanti.pdf diakses pada tanggal 4 maret 2017 pukul 21 : 44

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain.⁵

- a. Jujur, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an Surat Asy-Syu'ara' : 181-183

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا

النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya : *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan. 181 dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. 182 dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan 183.*⁶

- b. Bertanggung jawab dan terpercaya yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- c. Tidak Menipu yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan riagang yang diterapkan oleh Rasulullah Saw adalah tidak pernah menipu.
- d. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- e. Melayani dengan rendah hati yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
- f. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

⁸Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 153.

⁹Departement Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta : Darussunnah 2015), h.

Pada Surat An-Nisa' ayat 85 dengan jelas dan tegas memerintahkan setiap orang yang hidup untuk saling tolong menolong, saling membantu dalam setiap pekerjaan yang baik dan yang bermanfaat. Tetapi sebaliknya, setiap orang dilarang saling membantu dalam melakukan perbuatan jahat (dosa). Dengan diterapkannya prinsip tolong-menolong ini (*ta'amun*) dalam melaksanakan manajemen berarti berpijak atas dasar moral yaitu saling membantu, saling mengisi dan saling melengkapi.

Abdalla Hanafy dan Hamid Salam, masing-masing adalah guru besar marketing dan *International Business* di St. Cloud State University dan guru besar Business Administration di Mankata State University, merumuskan etika pelayanan Islami sebagai berikut.⁷

- 1) Etika untuk selalu menyampaikan yang benar
- 2) Etika untuk selalu dapat dipercaya
- 3) Etika untuk selalu mengeijakan sesuatu dengan ikhlas
- 4) Etika persaudaraan
- 5) Penguasaan ilmu pengetahuan dan
- 6) Etika keadilan

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengerian Kepuasan

Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayananan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.⁸

Menurut Kotler Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Engel Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan,

¹⁰Adiwannan Azwar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), h. 166.

¹¹Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta : Andi Offset, 2013), h. 182.

sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.⁹

2. Faktor - faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor faktor yang menentukan kepuasan nasabah. Menurut irwan terdapat lima faktor yang menentukan kepuasan nasabah, yaitu :

a. Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk, ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu : *Performance, Durability, Feature, Reliability, Costintensy dan Design.*

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

c. Kualitas Pelayanan

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah ServQual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry, dan Zeithalm. Berdasarkan konsep ini, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : *Reliability, Responsiveness, Asurance, Emphaty dan Tangible.*

d. Faktor Emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk brand tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tetapi karena merasa bangga dan percaya diri.¹⁰

¹²M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung : Alfabeta,. 2012) , hal 192.

¹³Handi Irawan, *10 Perinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta : PT. Elexmedia Komputindo, 2002), h. 37.

3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor pengukuran kepuasan pelanggan sebagai berikut :

Menurut Philip Kotler ada beberapa kriteria untuk mengukur kepuasan pelanggan , yaitu:

a. Kesetiaan

Kesetiaan seseorang terhadap suatu layanan adalah repleksi dari hasil pelayanan yang memuaskan. Ukuran kepuasan dapat diukur kesetiaannya untuk selalu menggunakan produk/jasa tersebut.

b. Keluhan (*komplain*)

Keluhan merupakan suatu keadaan dimana seseorang pelanggan merasa tidak puas dengan keadaan yang diterima dari hasil sebuah produk atau jasa tertentu sehingga dapat menimbulkan larinya pelanggan ketempat lain apabila keluhan ini tidak ditangani dengan segera.

c. Partisipasi

Pada dasarnya dapat diukur dari kesadarannya dalam memikul kewajiban menjalankan haknya sebagai pelanggan yang dimiliki dengan rasa tanggung jawab.

Ada beberapa metode lain yang dapat dipergunakan perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Kotler mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.

1) Sistem Keluhan Dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat strategi – strategy, menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung atau dikirim langsung ke perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hotline*), dan lain lain.¹¹ Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang

¹⁴Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*,(Bandung : Alfabeta, 2015), h. 16

timbul. Meskipun demikian, karena metode ini cenderung bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan.

2) Survey Kepuasan Pelanggan

Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya..

3) *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan, selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

4) *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti mengkonsumsi, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standart syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut Yusuf Qardawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya berkaitan dengan.¹²

a. Sifat Jujur

Sebagaimana Hadits Nabi SAW yang berbunyi :

¹⁵Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. (Jakarta : GIP, 1997), h. 175

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا ، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا

Dari Abdullah bin Mas'ud Radhiyallahu anhu ia berkata: “Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, ‘Hendaklah kalian selalu berlaku jujur, karena kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan mengantarkan seseorang ke Surga. Dan apabila seorang selalu berlaku jujur dan tetap memilih jujur, maka akan dicatat di sisi Allâh sebagai orang yang jujur. Dan jauhilah oleh kalian berbuat dusta, karena dusta membawa seseorang kepada kejahatan, dan kejahatan mengantarkan seseorang ke Neraka. Dan jika seseorang senantiasa berdusta dan memilih kedustaan maka akan dicatat di sisi Allâh sebagai pendusta (pembohong).

Sebuah perusahaan harus menanamkan rasa jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Karena sifat jujur merupakan pondasi penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sebuah perusahaan.

b. Sifat amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa barang ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang dan jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadist Muttafaq Alaih dari Hakim bin Hazm disebutkan bahwa Penjual dan pembeli bebas memilih selama

belum putus transaksi jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan, maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan dan berbohong, maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu (HR. Bukhori).

C. Kajian Terdahulu

1. Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian dibagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel kualitas pelayanan yaitu *tangible* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan yaitu *reliability* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan yaitu *responsiveness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan yaitu *assurance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan yaitu *emphaty* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan yaitu *Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty*, secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Gunawan, Muhammad Fachmi melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah produk beasiswa pada asuransi jiwa bersama bumiputera 1912 cabang kendari. Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, maka dapat disimpulkan bahwa “Kualitas layanan yang dibentuk dari dimensi bukti fisik, keandalan perusahaan dalam memberikan layanan, daya tanggap, jaminan dan empati perusahaan dinilai baik oleh nasabah AJB

Bumiputera 1912 Cabang Kendari khususnya nasabah asuransi jenis produk beasiswa. Dengan kata lain, dengan semakin baiknya kualitas layanan maka akan berdampak terhadap kepuasan nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Kendari khususnya nasabah asuransi jenis produk beasiswa yang akan semakin baik.

3. Dwi Aryanti, Febrina Rosinta melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibility*. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebesar 72,9% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel kualitas layanan. Dari penelitian ini diketahui pula bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini ditunjukkan oleh sebesar 91% variabel loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar kualitas layanan.
4. Sunarti, Dwi Aliyyah Apriyani melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (survei pada konsumen *the little a coffee shop* sidoarjo). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan membuktikan adanya pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) terhadap Kepuasan Konsumen di *The*

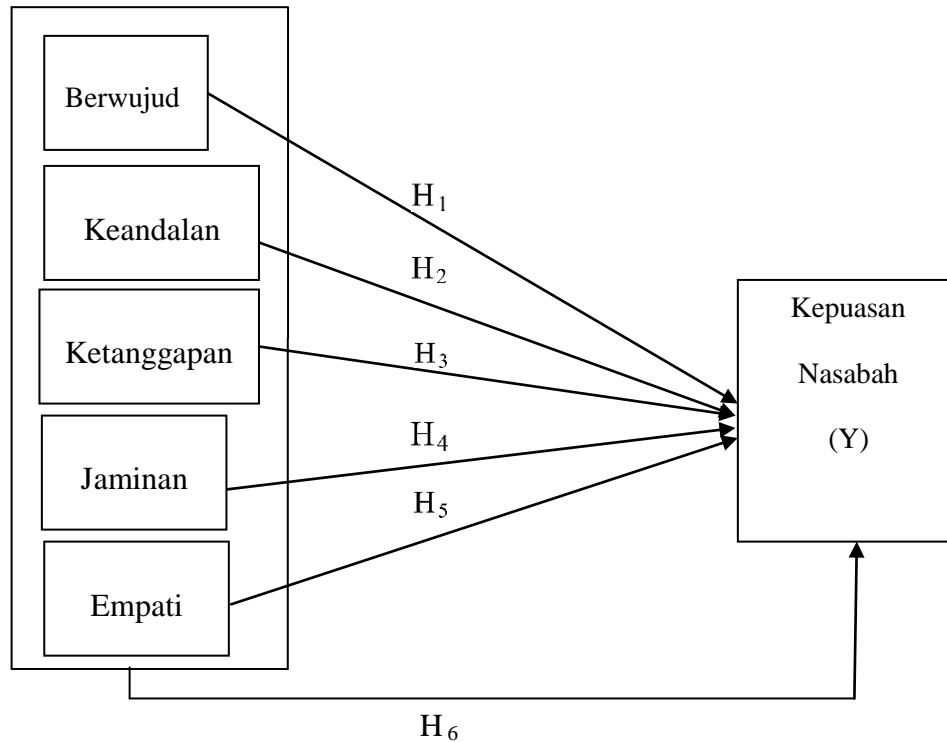
Little A Coffee Shop Sidoarjo (Y). Hal ini ditunjukkan oleh signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil analisis ini juga menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) yang ditunjukkan dari nilai *adjusted R square* yaitu sebesar 0,856. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 85,6 % sedangkan sisanya sebesar 14,4 % dipengaruhi oleh variabel lain. Secara parsial variabel-variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Variabel Daya Tanggap (X_3) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen di *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan koefisien regresi (B) sebesar 0,260.

D. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendiskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan. Tentang hal ini Jujun S. Soerya Sumantri mengatakan pada hakikatnya memecahkan masalah adalah dengan menggunakan pengetahuan ilmiah sebagai dasar argumen dalam mengkaji persoalan agar kita mendapatkan jawaban yang dapat diandalkan. Dalam hal ini kita mempergunakan teori-teori ilmiah sebagai alat bantu kita dalam memecahkan permasalahan.¹³ Kerangka teoritis berguna untuk memberikan kerangka dasar teori yang menjadi landasan penelitian sehingga mampu menjawab persoalan secara teoritis.

¹³Jujun S. Soeryasumantri, *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*. (Jakarta: Sinar Harapan, 1978), h. 316

Berdasarkan pemikiran diatas maka dapat di gambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2011:223). Pengujian hipotesis statistik adalah prosedur yang memungkinkan keputusan dapat dibuat, yaitu keputusan untuk menolak dan tidak menolak suatu hipotesis yang sedang di uji variabelnya yaitu :

1. H_1 (Bukti nyata)

- H_o : tidak terdapat pengaruh signifikan bukti nyata terhadap kepuasan nasabah
- H_a : terdapat pengaruh signifikan bukti nyata terhadap kepuasan nasabah.

2. H_2 (Keandalan)

- H_o : tidak terdapat pengaruh signifikan keandalan terhadap kepuasan nasabah.
- H_a : terdapat pengaruh signifikan keandalan terhadap kepuasan nasabah.

3. H_3 (Daya tanggap)

- H_0 : tidak terdapat pengaruh signifikan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah.
- H_a : terdapat pengaruh signifikan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah.

4. H_4 (Jaminan)

- H_0 : tidak terdapat pengaruh signifikan jaminan terhadap kepuasan nasabah.
- H_a : terdapat pengaruh signifikan jaminan terhadap kepuasan nasabah.

5. H_5 (Empati)

- H_0 : tidak terdapat pengaruh signifikan empati terhadap kepuasan nasabah.
- H_a : terdapat pengaruh signifikan empati terhadap kepuasan nasabah.

6. H_6

- H_0 : tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
- H_a : terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Zen Amiruddin pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data dan menggunakan daftar pertanyaan berstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.¹

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan, meramalkan dan atau mengontrol fenomena sosial melalui pengukuran objektif dan analisis numerik atau analisis terhadap variasi angka-angka.² Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei, yaitu penulis yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran data yang pokok.³

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di AJB Bumi Putera 1912 Cabang Setia Budi yang beralamat di Jalan Sultan Iskandar Muda No. 138 Medan Petisah, Sumatera Utara.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.⁴ Data primer adalah data yang bersumber langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk

¹Amiruddin. *Statistik Pendidikan*. (Yogyakarta: Teras, 2010), h. 1

²Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002) Cet ke-23, h. 31.

³Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES 1995), Cet ke-2, h.3.

⁴Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*. (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 104.

mengetahui tanggapan responden mengenai kepuasan pelayanan oleh perusahaan AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.¹

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuisiner maka sumber datanya adalah responden, yaitu orang yang memberi respon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.² Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah AJB Bumiputra Mitra Beasiswa Cabang Setia Budi tahun 2016. Jumlah dari populasi 231 yang ada akan diambil sejumlah data dan akan dijadikan sampel.

2. Sampel

Menurut Supranto, data yang dikumpulkan dengan acak atau dengan kata lain disebut sampling. Sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih dari persyaratan minimal sebanyak 90 elemen (responden).⁸ Pengambilan sampel menggunakan teori Slovin yaitu dengan rumus dan tingkat toleransi kesalahannya adalah 10% :

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

⁵*Ibid*, h.104

⁶J. Vrendenbregt, *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat* (Jakarta: PT. Gramedia, 1980), h. 161.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta 2016), h. 80.

⁸Supranto, *Pengukuran Tingkat Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), h. 239.

Keterangan:

- n : Jumlah sampel
 N : Jumlah Populasi
 e : Kesalahan yang diterima

Dengan menggunakan teori Slovin tersebut maka sampelnya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{231}{1 + (231) (0,1)^2} = 69,78$$

$$n = 70 \text{ responden}$$

Jadi dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 70 nasabah. Sampel yang dapat diambil adalah sebagian jumlah populasi nasabah.

E. Defenisi Operasional

Indikator operasional adalah penentu *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Indikator operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasikan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan refleksi pengukuran dengan cara yang sama atau pengembangan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.⁵ Berdasarkan definisi konseptual dari variabel penelitian diperoleh indikator-indikator operasional sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (X)

Berdasarkan definisi konseptual dari variabel penelitian diperoleh indikator-indikator operasional sebagai berikut:

a. Bukti nyata

Bukti nyata merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Selanjutnya variabel bukti nyata (*tangible*) diukur dengan indikator sebagai berikut.

- Ketersediaan perlengkapan kerja
- ayanan informasi yang mendukung

⁹Indriantoro, Supomo, Bambang. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*.(Yogyakarta : Insan Pres 1999), h. 65

- Teknologi yang digunakan

b. Keandalan

Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Selanjutnya variabel keandalan (*reliability*) diukur dengan indikator sebagai berikut.

- Ketepatan waktu bila berjanji
- Jujur dalam pelayanan
- Berusaha menghindari kesalahan

c. Daya Tanggap

Daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Selanjutnya variabel daya tanggap (*responsiveness*) diukur dengan indikator sebagai berikut.

- Siap membantu pelanggan
- Kecepatan dalam pelayanan
- Komunikasi yang lancar

d. Jaminan

Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguguan. Variabel jaminan (*assurance*) diukur melalui indikatornya.

- Pelayanan sopan
- Trampil dalam melaksanakan tugas
- Pengetahuan memadai

e. Empati

Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Variabel empati (*empathy*) diukur melalui indikatornya.

- Perhatian kepada pelanggan
- Tanggung jawab keamanan dan kenyamanan
- Mengutamakan kepentingan pelanggan.

2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y), yaitu perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Indikator yang mempengaruhi kepuasan nasabah meliputi :

1. Kesetiaan
 - Membeli kembali produk Mitra Beasiswa
 - Mereferensikan produk kepada orang lain
2. Keluhan
 - Tanggapan keluhan
 - Tindakan provider setelah menerima keluhan
3. Partisipasi
 - Ikut serta dalam kegiatan
 - Memberikan dukungan
 - Memberikan kritik dan saran

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Teknik Pengumplan Data

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada konsumen yang Menyewa kios di Pusat pasar Sidikalang menggunakan *skala Likert* dengan bentuk *Checklist*.

Tabel 3.1

Pengukuran sakla likert

PERNYATAAN

Sangat Setuju (SS)

BOBOT

5

Setuju (S)	4
Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dibuat untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam buku yang memberikan landasan bagi perumusan hipotesis, menyusun kuesioner, dan pembahasan teoritis.

2. Instrument Pengumpulan Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan *software SPSS Statistics*. Adapun pengujian-pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Menurut Duwi, uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan penilaian langsung dengan metode korelasi *person* atau metode *corrected itemtotal correlation*.⁶

Metode uji validitas ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics* dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi, reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen

¹⁰Duwi Priyatno, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. (Yogyakarta: Medikom, 2011), h. 24.

penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.⁷

Pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics*. Butir pertanyaan sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan reliable

Jika $r_{\text{alpha}} < r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan tidak reliable

G. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu.

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Jadi dalam hal ini yang diuji normalitas bukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusikan secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai toleransi dan lawannya, dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance < 0.10 atau sama

¹¹*Ibid.h,27*

dengan nilai $VIF > 10$. Bila nilai Tolerance > 0.10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$, berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Adanya varians variabel independen adalah konstan untuk setiap nilai tertentu variabel independen (heteroskedastisitas). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi berganda yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Model ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh variabel Bukti nyata (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*) dan kepuasan konsumen Mitra Beasiswa AJB Bumiputera Cabang Setia Budi.

Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 \text{Bukti nyata} + b_2 \text{Keandalan} + b_3 \text{Ketanggapan} + b_4 \text{Jaminan} + b_5 \text{Empati} + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (kepuasan nasabah)

a = Konstanta

b = Koefisien perubahan yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel independen terhadap variabel dependen.

e = Tingkat kesalahan

2. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Uji simultan dengan uji F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel independen terhadap variabel dependen.¹³

¹²Husein umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta : PT, Grafindo Persada, 2011) h. 181.

Adapun nilai taraf signifikansinya sebesar $\alpha = 0,01$ sampai dengan $0,05$. Untuk melakukan pengujian hipotesis, maka ada beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan yaitu merumuskan:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah AJB Bumiputera 1912 cabang Setia Budi.

H_a : Terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah AJB Bumiputera 1912 cabang Setia Budi.

Jika $\text{sig } F > 0,01$ maka artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $\text{sig } F < 0,01$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Parsial (uji – t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter b_1 sama dengan nol, atau: $H_0: b_1 = 0$ Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_a). Parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau: $H_a: b_1 \neq 0$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat maka dilakukan uji t. Sehingga bisa diketahui diterima atau tidaknya hipotesis satu, dua, dan tiga. Jika nilai $p\text{-value}$ kurang dari $0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kaidah keputusan: Tolak H_0 jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, dan terima H_0 jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum AJB Bumiputera 1912

1. Sejarah Perusahaan

Asuransi jiwa bersama Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa milik bangsa Indonesia yang pertama dan tertua, didirikan di Magelang Jawa Tengah pada 12 Februari 1912 pada awalnya sebagai wadah persatuan guru-guru Hindia Belanda untuk mengayomi nasib guru-guru Bumiputera (pribumi). Perintis AJB Bumiputera adalah Mas Ngabehi Dwidjosewojo, seorang guru sederhana yang juga sekretaris pengurus besar Budi Utomo, organisasi modern pelopor gerakan kebangkitan nasional. Beliau dibantu oleh Mas K.H. Soebroto sebagai direktur, dan Mas Adimidjojo sebagai bendahara. Ketiga guru inilah yang dikenal sebagai tiga serangkai pendiri Bumiputera, sekaligus peletak batu pertama industri asuransi nasional Indonesia.

Pada mulanya perusahaan hanya melayani para guru sekolah Hindia Belanda. Kemudian perusahaan memperluas jaringan pelayanannya ke masyarakat umum dan mengganti namanya menjadi O.L.Mij Boemipoetra. Sekarang dikenal dengan nama Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912.

Pada tahun 1921 perusahaan pindah ke Yogyakarta dan Pada tahun 1934 perusahaan melebarkan sayapnya dengan membuka cabang-cabang di Bandung, Jakarta, Surabaya, Palembang, Medan, Pontianak, Banjarmasin, dan Ujung Padang. Dengan demikian semakin berkembang, maka tahun 1958 secara bertahap kantor pusat dipindahkan ke Jakarta, dan pada tahun 1959 secara resmi kantor pusat AJB Bumiputera berdomisili di Jakarta.

Salah satu kekuatan Bumiputera adalah kepemilikan dan bentuk perusahaan yang unik. Berbeda dengan perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang kepemilikannya hanya pada pemodal tertentu, sejak didirikan Bumiputera menganut sistem kepemilikan dan kepengurusan berbentuk badan usaha mutual atau usaha bersama yang artinya pemilik perusahaan adalah para pemegang polis, bukan pemegang saham. Hal ini dikarenakan premi yang diberikan kepada

perusahaan dianggap sebagai modal.

Bumiputera memulai usahanya tanpa modal, pembayaran premi oleh kelima anggota merupakan modal awal perusahaan dengan syarat uang pertanggungan tidak akan dibayarkan kepada ahli waris pemegang polis yang meninggal sebelum berjalan tiga tahun penuh. Para pengurus saat itu juga tidak mengharapkan honorarium atau dengan kata lain mereka bekerja dengan sukarela.

Sebagai perusahaan perjuangan, Bumiputera memiliki falsafah sebagai berikut :

a. *Idealisme*

Senantiasa memelihara nilai-nilai kejuangan dalam mengangkat kemartabatan anak bangsa sesuai sejarah pendirian Bumiputera sebagai perusahaan perjuangan.

b. *Mutualisme*

Mengedepankan sistem kebersamaan dalam pengelolaan perusahaan dengan memberdayakan potensi komunitas Bumiputera dari, oleh dan untuk komunitas Bumiputera sebagai manifestasi perusahaan rakyat.

c. *Profesionalisme*

Memiliki komitmen dalam pengelolaan perusahaan dengan mengedepankan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) dan senantiasa berusaha menyesuaikan diri terhadap tuntutan perubahan lingkungan.

2. Visi dan Misi

a. Visi AJB Bumiputera 1912

Menjadikan AJB Bumiputera 1912 sebagai Perusahaan Asuransi Jiwa Nasional yang kuat, modern dan menguntungkan. Didukung oleh sumber daya manusia (SDM) profesional yang menjunjung tinggi nilai nilai idealisme serta mutualisme.

b. Misi AJB Bumiputera 1912

1) AJB Bumiputera 1912 menyediakan pelayanan dan produk jasa asuransi jiwa berkualitas sebagai wujud partisipasi dalam

pembangunan nasional melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

- 2) AJB Bumiputera 1912 senantiasa mengadakan pendidikan dan pelatihan untuk menjamin pertumbuhan kompetensi karyawan, peningkatan kesejahteraan, dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan perusahaan kepada pemegang polis.
- 3) AJB Bumiputera 1912 mendorong terciptanya iklim kerja yang motivasif dan inovatif untuk mendukung proses bisnis internal perusahaan yang efektif dan efisien

3. Fungsi dan Tujuan AJB Bumiputera

a. Fungsi AJB Bumiputera 1912

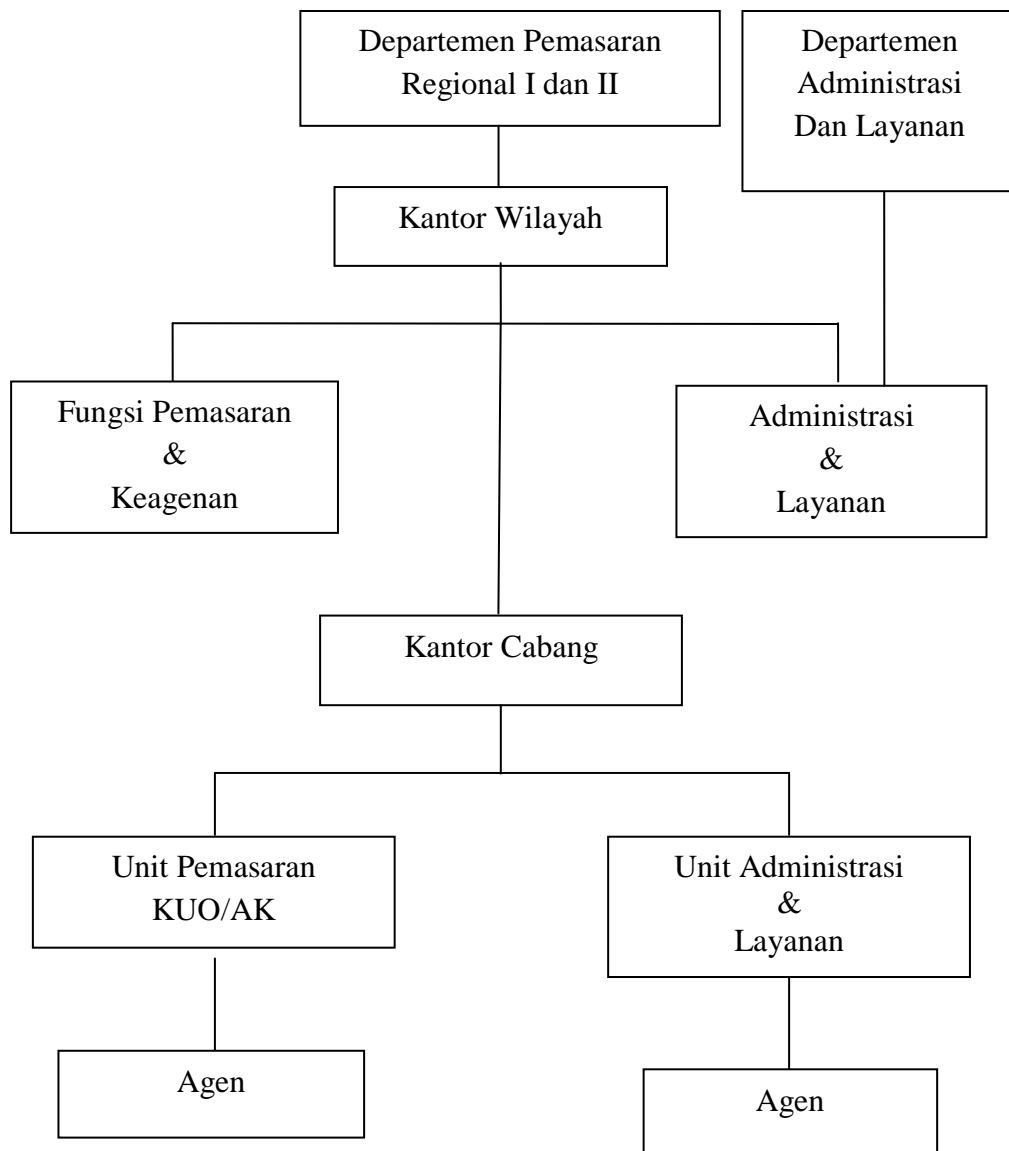
Menurut fungsinya, asuransi jiwa adalah merupakan suatu lembaga yang harus mampu memobilisasi premi dari nasabahnya untuk dihimpun sebagai dana atau modal investasi. Sebab dalam jalannya setiap perusahaan asuransi jiwa, disamping harus dapat melaksanakan kewajibannya kepada para nasabah juga harus mampu mengembangkan dari bisnis perusahaannya, laporan atau referensi yang tersedia di perusahaan.

b. Tujuan AJB Bumiputera 1912

- 1) Membantu masyarakat .dalam bidang perlindungan hari tua, kesejahteraan keluarga dan kelangsungan pendidikan putra-putri pemegang polis
- 2) Membantu pemerintah dalam pembangunan khususnya dalam bidang jasa asuransi.
- 3) Membantu pemerintah dalam bidang stabilitas moneter
- 4) Mengendalikan inflasi
- 5) Mewujudkan kesejahteraan anggota beserta keluarganya dan ikut serta dalam membangun bangsa dan negara menuju masyarakat Indonesia yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.

4. Struktur Organisasi

Struktur kepengurusan yang tersusun merupakan gambaran dari adanya sebuah organisasi yang menjadi ujung tombak dari berjalannya sebuah program kerja yang menjadi dasar dalam rangka mencapai tujuan dalam sebuah organisasi. Berikut adalah struktur organisasi yang ada di Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi :



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi
Asuransi Jiwa Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi

5. Tugas dan Tanggung Jawab

a. Kepala Cabang

Kepala cabang fungsi utamanya melaksanakan, mengendalikan kegiatan operasional dan pelaporan meliputi produksi, konservasi, penghimpunan dana, kegiatan administrasi keuangan, pengembangan organisasi keagenan, dan pelayanan kepada pemegang polis.

1. Deskripsi pekerjaan

Kepala Cabang bertanggung jawab kepada Kepala Wilayah, dan membawahi :

- a) Kepala Unit Operasional (KUO)
- b) Kepala Unit Administrasi dan Keuangan (KUAK)
- c) Pegawai Administrasi.

2. Peran dan fungsi

Kepala Cabang berperan dan berfungsi dalam melaksanakan kegiatan Trilogi Operasional Asuransi Jiwa yang meliputi operasional produksi, operasional konservasi, operasional penghimpunan dana, pengembangan organisasi keagenan, kegiatan administrasi keuangan untuk optimalisasi pendapatan premi, efisiensi biaya dan keuntungan operasional.

3. Tugas dan Kewajiban

- a) Melaksanakan rencana kegiatan (action plan) Trilogi Operasional Asuransi Jiwa di Kantor Cabang meliputi operasional produksi, operasional konservasi, operasional penghimpunan dana.
- b) Melaksanakan kegiatan operasional produksi

b. Kepala Unit Operasional

1. Deskripsi pekerjaan

Kepala Unit Operasional (KUO) bertanggung jawab kepada Kepala Cabang, dan membawahi Agen Koordinator dan Agen.

2. Peran dan fungsi

Kepala Unit Operasional mempunyai peran dan fungsi membantu Kepala Cabang dalam melaksanakan pembinaan, pengendalian

kegiatan operasional penjualan, pengembangan keagenan dan pelayanan kepada Pemegang Polis.

3. Tugas dan Kewajiban

- a) Memandu dan mengawasi pelaksanaan operasional produksi di Kantor Cabang meliputi ; identifikasi pasar,pendataan pasar,data base pasar,KWJP Agen dan pengadaan jaringan pemasaran.
- b) Mengidentifikasi penyimpangan pelaksanaan SOP operasional produksi Kantor Cabang dan menganalisa faktor penyebabnya
- c) Melaksanakan tindakan perbaikan atas penyimpangan SOP operasional produksi Kantor Cabang.
- d) Memantau dan melaporkan tingkat persaingan yang ada diwilayah Kantor Cabang.
- e) Melaksanakan tugas-tugas khusus yang diberikan oleh Kepala Cabang yang bersifat kedinasan serta layak dan wajar untuk diimplementasikan.
- f) Merencanakan kebutuhan jumlah Agen-Agen Koordinator mengacu kepada potensi pasar Kantor Cabang yang bersangkutan.
- g) Membantu pelaksanaan kegiatan perekrutan dan seleksi Agen/Agen Koordinator di Kantor Cabang untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan.
- h) Melakukan evaluasi Keagenan disetiap Unit Agen Koordinator.

c. Kepala Unit Administrasi dan Keuangan (KUAK)

Kepala Unit Administrasi dan Keuangan (KUAK) berperan dalam melaksanakan, membina, serta mengawasi dan mengendalikan kegiatan administrasi keuangan, dan juga memberikan pelayanan kepada pemegang polis, Agen Koordinator dan Agen. Adapun Tugas dan tanggung jawab kepada unit administrasi dan keuangan :

1. Memeriksa kebenaran dalam pengisian SPAJ dan kelengkapan berkasnya.
2. Menandatangani berkas setoran titipan premi pertama.

3. Bertanggung jawab atas pengiriman SPAJ dan kelengkapannya ke depan Kantor Wilayah dan Departemen Pertanggung.
4. Memonitor penertiban polis.
5. Menyelenggarakan sistem pembukuan dan pengawasan keuangan.
6. Melakukan analisa keuangan serta melampirkan data-data keuangan perusahaan kepada kepala cabang.
7. Memberikan saran-saran penyempurnaan sistem operasi, tata kerja, dan analisa dibidang asuransi kepada kepala kantor cabang.

d) Agen Koordinator

Agen yang mempunyai kewajiban pokok melakukan pengawasan, mpengendalian dan pembinaan terhadap agen-agen yang berada di bawah koordinasinya. Adapun Tugas dan tanggung jawab agen koordinator :

1. Memastikan bahwa data/informasi yang disampaikan agen adalah benar.
2. Menerima dan berusaha mengatasi permasalahan agen dalam menghadapi keluhan nasabah secara langsung.
3. Bertanggung jawab langsung kepada kepala cabang

e) Agen

Agen petugas yang mengelola pertofolio polis pada suatu wilayah debit dengan kewajiban pokok melakukan kegiatan pengutipan premi dan pelayanan terhadap pemegang polis. Adapun Tugas dan tanggung jawab Agen :

1. Mencari nasabah.
2. Melakukan seleksi awal tentang calon pemegang polis, memastikan bahwa data yang ditulis dalam SPAJ sesuai fakta yang sebenarnya.
3. Memberikan penjelasan cara pengisian surat permintaan asuransi jiwa (SAJ) kepada pemegang polis.
4. Melengkapi SPAJ dengan dokumen yang diperlukan.
5. Melakukan pemasaran dan pelayanan kepada nasabah.

6. Produk – Produk Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912

Asuransi Jiwa Bumiputera memiliki berbagai jenis produk dengan berbagai kelebihan dan manfaatnya masing-masing. Berikut ini adalah jenis-jenis produk asuransi yang ada di Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Setia Budi.

a. Asuransi Mitra Iqra

Asuransi jiwa syariah yang benefitnya dirancang untuk membantu menyediakan dana kelangsungan belajar pada setiap tahapan jenjang pendidikan anak, dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi, baik peserta masih hidup maupun meninggal dunia.

Adapun manfaat yang di peroleh dari produk asuransi ini adalah :

1. Jika pemegang polis atau peserta hidup atau ditakdirkan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka kepada pemegang polis atau ahli waris yang ditunjuk dibayarkan tahapan dana pendidikan.
2. Jika Polis habis kontrak dan peserta masih hidup maka kepada yang ditunjuk dibayarkan dana pendidikan sekaligus atau berkala.
3. Jika pemegang polis atau peserta ditakdirkan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris menerima santunan kebajikan dana tabungan bagi hasil.
4. Jika pemegang polis atau peserta mengundurkan diri sebelum perjanjian berakhir, maka pemegang polis akan mendapatkan dana tabungan yang telah disetor bagi hasil.
5. Jika anak yang ditunjuk ditakdirkan meninggal dunia dalam masa asuransi atau dalam masa pembayaran tahapan dana pendidikan. pemegang polis dapat menunjuk pengganti (anak lain) untuk menerima tahapan dana pendidikan yang belum diberikan.

b. Asuransi Mitra Beasiswa

Program ini dirancang untuk memberikan perlindungan biaya pendidikan bagi putra-putri pemegang polis atau tertanggung disesuaikan dengan program pendidikannya. Apabila tertanggung meninggal dunia, maka program tunjangan belajar tetap berjalan sebagaimana rencana semula.

Adapun manfaat yang diperoleh dari asuran ini adalah :

1. Dana manfaat dibayarkan secara bertahap, sesuai dengan tingkat usia anak, baik tertanggung hidup atau meninggal dunia.
2. Dana beasiswa anak, dibayarkan pada saat periode asuransi berakhir, baik tertanggung masih hidup atau meninggal dunia.
3. Santunan meninggal dunia sebesar 100% dari uang pertanggungan.
4. Bebas premi bagi polis jika tertanggung meninggal dunia.
5. Pengembalian simpanan premi bagi polis saat tertanggung meninggal dunia jika premi dibayarkan secara penuh setelah jumlah premi diperhitungkan.
6. Hak untuk mendapatkan reversionary bonus, jika tertanggung meninggal dunia, penebusan polis, atau habis kontrak

c. Asuransi Mitra Cerdas

Merupakan program asuransi berbasis investasi dengan tipe asuransi jenis *saving plan* (semi unik link), yang menjamin biaya pendidikan anak mulai tingkat Sekolah Dasar sampai Perguruan Tinggi, dengan jumlah nominal dana yang berkembang sepanjang kontrak asuransi. Dalam program ini dana yang di setor akan di kembangkan dengan perolehan hasil investasi minimal 4,5% per tahun dan maksimal tak terhingga.

Adapun manfaat yang diperoleh dari asuran ini adalah :

1. Dana yang dibayarkan secara bertahap sesuai dengan tingkat usia anak-anak, baik tertanggung hidup atau meninggal dunia.
2. Jaminan perolehan hasil investasi sebesar 4,5% per tahun dari akumulasi premi tabungan.
3. Tambahan hasil investasi jika dana investasi yang diperoleh AJB Bumiputera 1912 melebihi hasil investasi yang dijamin pada poin 2.
4. Santunan kematian 100% dari uang pertanggungan.
Bebas premi bagi polis untuk Tertanggung yang meninggal dunia.
5. Pengembangan investasi sebagaimana dinyatakan pada butir 2 dan 3 untuk dana kelangsungan belajar yang tidak dapat diambil pada saat jatuh tempo.

6. Jika Pemegang Polis menghendaki, setelah tertanggung meninggal dunia, polis dapat diakhiri dengan penarikan dana kelangsungan belajar sekaligus, tanpa mengurangi hak-hak lain yang diuraikan sebelumnya pada butir 2, 3 dan 4.

d. Mita Oetama

Program asuransi dengan pembayaran premi tunggal yang fleksibel. Menggabungkan 3 manfaat, yakni Santunan meninggal dunia sebesar uang pertanggungan, atau 2 kali ulang pertanggungan jika meninggal akibat kecelakaan. Sekaligus memberikan biaya rawat inap di rumah sakit. Atau perolehan tabungan yang akan di terima pada akhir masa asuransi. Pemegang polis leluasa meningkatkan nilai proteksi melalui penambahan premi.

e. Asuransi Mitra Sehat

Program ini dirancang khusus bagi mereka yang gangguan kesehatan, harus terbaring di rumah sakit, namun tetap ingin produktif . program ini tidak hanya menyiapkan dana ketika anda menjalankan rawat inap tapi sekaligus memberikan kesempatan kepada anda untuk memperoleh hasil investasi yang kompetitif dari pengembangan dana premi asuransi yan anda bayar.

f. Asuransi Mitra Permata

Program ini dirancang untuk memberikan perlindungan manfaat tabungan nilai investasi yang tinggi, menawarkan fleksibilitas tak terbatas, baik dalam hal keleluasaan membayar premi, memilih besar uang pertanggungan asuransi, dan mengambil nilai tabungan.

B. Identifikasi Responden

1. Karakteristik Responden

Dibawah ini merupakan penyajian data dalam berbagai karakteristik.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	43	61.43

Perempuan	27	38.57
Total	70	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil tabel 4.9, diketahui jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 43 dengan persentase 61,43%, sementara jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 27 dengan persentase 38,57%. Ini dapat diartikan bahwa nasabah lebih dominan berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi dan Persentase berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	11	15.71
PNS	26	37.14
Pegawai Swasta	16	22.86
Wiraswasta	17	24.29
Total	70	100

Diketahui dari 70 responden yang diteliti, terdapat 11 (15,71%) responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa, 26 (37,14%) responden dengan pekerjaan PNS, 16 (22,86%) responden dengan pekerjaan dan 17 (24,29%) dengan pekerjaan wiraswasta.

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi dan Persentase Berdasarkan Variabel Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
15-25 Tahun	7	10.00
26-36 Tahun	26	37.14
37-48 Tahun	28	40.00
> 48 Tahun	9	12.86
Total	70	100

Berdasarkan Tabel 4.10, diketahui jumlah responden dengan usia 15-25 tahun sebanyak 7 (10%) responden, 26-36 tahun sebanyak 26 (37,14%), 37-48 tahun sebanyak 28 (40%) dan > 48 tahun sebanyak 9 (12,86%).

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi dan Persentase berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD/SMP/SMA	15	21.43
S1	51	72.86
S2	4	5.71
Total	70	100.00

Diketahui dari 70 responden yang diteliti, terdapat 15 (21,43%) responden dengan pendidikan SD/SMP/SMA, 51 (72,86%) responden dengan pendidikan S1 dan 4 (5,71) responden dengan pekerjaan S2.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas tiap-tiap butir pertanyaan pada kuesioner yang telah dirancang. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid apabila nilai korelasi (R Hitung) dari butir pertanyaan tersebut > R tabel. Tabel 4.1 disajikan hasil uji validitas untuk setiap butir-butir pertanyaan dari variabel bukti nyata, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan kepuasan nasabah.

Tabel 4.5
Uji Validitas terhadap Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner

P	R Hitung	R Tabel	Keterangan
BN1	0.742	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
BN2	0.525	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
BN3	0.815	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
BN4	0.91	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)

BN5	0.645	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KH1	0.68	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KH2	0.809	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KH3	0.447	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KH4	0.596	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KH5	0.874	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KT1	0.725	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KT2	0.711	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KT3	0.655	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KT4	0.653	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KT5	0.638	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
JM1	0.791	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
JM2	0.536	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
JM3	0.808	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
JM4	0.862	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
JM5	0.767	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
EM1	0.601	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
EM2	0.621	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
EM3	0.716	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
EM4	0.7	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
EM5	0.87	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KN1	0.899	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KN2	0.684	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KN3	0.755	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KN4	0.838	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)
KN5	0.758	0.361	Valid (R Hitung > R Tabel)

Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila nilai R hitung > 0,361 (R Tabel).
Diketahui jumlah pertanyaan seluruhnya sebanyak 25 pertanyaan. Diketahui

seluruh nilai R hitung > 0.361 (R tabel). Sehingga disimpulkan seluruh pertanyaan telah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Berikut hasil dari uji reliabilitas terhadap butir-butir pertanyaan yang valid.

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	30

Jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6, maka kuesioner penelitian bersifat reliabel. Diketahui bahwa kuesioner bersifat reliabel, karena nilai Alpha Cronbach 0,972 lebih besar dari 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas terhadap residual dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Tingkat signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas p , dengan ketentuan sebagai berikut.

Jika nilai probabilitas $p \geq 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

Jika probabilitas $< 0,05$, maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

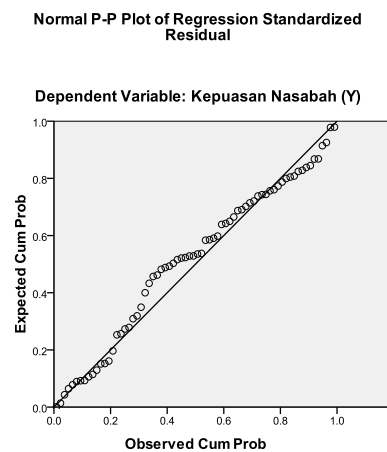
Tabel 4.7
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31181522
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.066
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.940
Asymp. Sig. (2-tailed)		.340

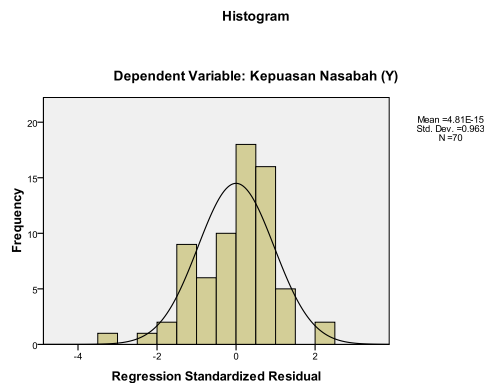
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Perhatikan bahwa berdasarkan Tabel 4.7, diketahui nilai probabilitas p atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,340. Karena nilai probabilitas p, yakni 0,340, lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. Hal ini berarti data berdistribusi normal.



Gambar 4.2 Uji Normalitas Normal Probability Plot



Gambar 4.3 Uji Normalitas Histogram

Gambar 4.1 merupakan pengujian normalitas dengan pendekatan *normal probability plot*, sementara pada Gambar 4.2 merupakan pengujian normalitas dengan pendekatan histogram. Diketahui pada Gambar 4.1, titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, sementara pada Gambar 4.2, terlihat kurva berbentuk kurva normal, sehingga data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai VIF yang lebih dari 10 diindikasikan suatu variabel bebas terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2013).

Tabel 4.8

Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Bukti Nyata (X1)	.776	1.289
	Keandalan (X2)	.881	1.136
	Ketanggapan (X3)	.880	1.136
	Jaminan (X4)	.800	1.251
	Empati (X5)	.899	1.113

Perhatikan bahwa berdasarkan Tabel 4.8, nilai VIF dari bukti nyata adalah 1,289, nilai VIF dari kehandalan adalah 1,136, nilai VIF dari ketanggapan adalah 1,136, nilai VIF dari jaminan adalah 1,251 dan nilai VIF dari empati adalah 1,113. Dikarenakan seluruh nilai VIF < 10 , maka disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji statistik Glejser dipilih karena lebih dapat menjamin keakuratan hasil dibandingkan dengan uji grafik plot yang dapat menimbulkan bias. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai *absolute* residual-nya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikansi. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebelumnya (5%). Apabila koefisien signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika koefisien signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.065	.263		.249	.804
Bukti Nyata (X1)	.015	.039	.054	.390	.698
Kehandalan (X2)	.042	.043	.125	.967	.337
Ketanggapan (X3)	.058	.051	.149	1.145	.256
Jaminan (X4)	-.025	.041	-.085	-.626	.533
Empati (X5)	-.044	.043	-.133	-1.036	.304

a. Dependent Variable: abs_residual

Berdasarkan Tabel 4.9, diketahui nilai probabilitas atau *Sig.* Glejser dari bukti nyata adalah $0,698 > 0,05$, nilai probabilitas atau *Sig.* Glejser dari kehandalan adalah $0,337 > 0,05$, nilai *Sig.* Glejser dari ketanggapan adalah $0,256 > 0,05$, nilai *Sig.* Glejser dari jaminan adalah $0,533 > 0,05$ dan nilai *Sig.* Glejser dari empati adalah $0,304 > 0,05$. Diketahui seluruh nilai *Sig.* Glejser dari masing-masing variabel bebas di atas 0,05, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan bila jumlah variabel independennya minimal berjumlah sebanyak 2 variabel independen. Penggunaan analisis regresi linear berganda dimaksudkan untuk menentukan pengaruh variabel bebas yang biasa disebut dengan *X* terhadap variabel tak bebas yang biasa disebut dengan *Y*. Tabel 4.13 merupakan hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 4.10
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.257	.430		.597	.552		
	Bukti Nyata (X1)	.138	.064	.210	2.137	.036	.776	1.289
	Kehandalan (X2)	.167	.071	.217	2.359	.021	.881	1.136
	Ketanggapan (X3)	.274	.083	.303	3.295	.002	.880	1.136
	Jaminan (X4)	.161	.066	.235	2.427	.018	.800	1.251
	Empati (X5)	.169	.070	.220	2.417	.019	.899	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.10, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,257 + 0,138X_1 + 0,167X_2 + 0,274X_3 + 0,161X_4 + 0,169X_5 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasi sebagai berikut:

1. Diketahui nilai konstanta adalah 0,257. Nilai tersebut dapat diartikan apabila bukti nyata, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati tidak berpengaruh, maka nilai variabel dependen kepuasan nasabah adalah 0,257.
2. Nilai koefisien regresi dari bukti nyata adalah 0,138. Nilai tersebut dapat diartikan ketika bukti nyata naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,138.
3. Nilai koefisien regresi dari keandalan adalah 0,167. Nilai tersebut dapat diartikan ketika kehandalan naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,167.
4. Nilai koefisien regresi dari ketanggapan adalah 0,274. Nilai tersebut dapat diartikan ketika ketanggapan naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,274.
5. Nilai koefisien regresi dari jaminan adalah 0,161. Nilai tersebut dapat diartikan ketika jaminan naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,161.
6. Nilai koefisien regresi dari empati adalah 0,169. Nilai tersebut dapat diartikan ketika empati naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,169.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tak bebas kepuasan nasabah.

Tabel 4.11
Uji Pengaruh Simultan dengan Uji *F*
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.234	5	2.412	83.233	.000 ^a
	Residual	7.231	64	0.172		
	Total	15.465	69			

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), Bukti Nyata (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.11, diketahui nilai *F* hitung 83,233 dan nilai *Sig.* adalah 0,000. Diketahui:

$$Df1 = 5 \text{ (X1, X2, X3, X4, X5)}$$

$$Df2 = 70 - 5 - 1 = 64$$

Maka nilai *F* tabel dengan $df1 = 5$, $df2 = 64$ dan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 adalah 2,358. Diketahui nilai *F* hitung $83,233 > F \text{ tabel } 2,358$ dan nilai *Sig* adalah $0,000 < 0,05$, maka bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji *t*)

Uji statistik *t* digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel 4.12 menyajikan nilai koefisien regresi, serta nilai statistik *t* untuk pengujian pengaruh secara parsial.

Tabel 4.12
Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji *t*)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.257	.430		.597	.552		
	Bukti Nyata (X1)	.138	.064	.210	2.137	.036	.776	1.289
	Kehandalan (X2)	.167	.071	.217	2.359	.021	.881	1.136
	Ketanggapan (X3)	.274	.083	.303	3.295	.002	.880	1.136
	Jaminan (X4)	.161	.066	.235	2.427	.018	.800	1.251
	Empati (X5)	.169	.070	.220	2.417	.019	.899	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji *t* pada Tabel 4.12 diperoleh hasil :

1. Diketahui nilai koefisien dari bukti nyata adalah 0,138, yakni bernilai positif. Hal ini berarti bukti nyata berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Diketahui nilai *t* hitung dari bukti nyata adalah $|2,137| > t$ tabel $|1,99|$ dan *Sig* dari variabel bukti nyata adalah $0,036 < 0,05$, maka bukti nyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Diketahui nilai koefisien dari keandalan adalah 0,167, yakni bernilai positif. Hal ini berarti keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Diketahui nilai *t* hitung dari keandalan adalah $|2,359| > t$ tabel $|1,99|$ dan *Sig* dari variabel keandalan adalah $0,021 < 0,05$, maka keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Diketahui nilai koefisien dari ketanggapan adalah 0,274, yakni bernilai positif. Hal ini berarti ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan

nasabah. Diketahui nilai t hitung dari ketanggapan adalah $|3,295| > t$ tabel $|1,99|$ dan Sig dari variabel ketanggapan adalah $0,002 < 0,05$, maka ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Diketahui nilai koefisien dari jaminan adalah 0,161, yakni bernilai positif. Hal ini berarti jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Diketahui nilai t hitung dari jaminan adalah $|2,427| > t$ tabel $|1,99|$ dan Sig dari variabel jaminan adalah $0,018 < 0,05$, maka jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. Diketahui nilai koefisien dari empati adalah 0,169, yakni bernilai positif. Hal ini berarti empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Diketahui nilai t hitung dari empati adalah $|2,417| > t$ tabel $|1,99|$ dan Sig dari variabel empati adalah $0,019 < 0,05$, maka empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu nilai (nilai proporsi) yang mengukur seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas yang digunakan dalam persamaan regresi, dalam menerangkan variasi variabel tak bebas.

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.741	.723	.412

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), Bukti Nyata (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.13, diketahui nilai koefisien determinasi (*R-Square*) adalah 0,741. Nilai tersebut dapat diartikan variabel bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati mampu mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 74,1%, sisanya sebesar 25,9% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

C. Pembahasan Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan seperti bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi. Maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden dan mengumpulkan kembali. Peneliti melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan program *SPSS versi 22*.

1. Pengaruh bukti nyata terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh bukti nyata terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diketahui dari nilai koefisien bukti nyata adalah 0,138, yakni bernilai positif. Diketahui nilai *t* hitung dari bukti nyata adalah 2,137 > *t* tabel 1,99 dan *Sig* dari variabel bukti nyata $0,036 < 0,05$, maka bukti nyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penilaian nasabah terhadap bukti nyata berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pengguna layanan Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi. Nasabah sangat memperhatikan kebersihan disekitar gedung, atribut yang diberikan perusahaan, penampilan dan kerapian karyawan itu sendiri. Dengan demikian bukti nyata memiliki pengaruh dengan kepuasan yang dirasakan nasabah.

2. Pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diketahui dari nilai koefisien dari keandalan adalah 0,167, yakni bernilai positif. Diketahui nilai *t* hitung dari keandalan $2,359 > t$ tabel 1,99 dan *Sig* dari variabel keandalan adalah $0,021 < 0,05$, maka keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Keandalan yang diberikan oleh karyawan mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Hasil ini memberikan bukti bahwa keandalan dari penyedia jasa yang ditunjukkan dalam bentuk ketepatan waktu dalam melayani, keandalan agen dalam menjelaskan produk, keandalan dalam membantu masalah nasabah dan keandalan lainnya dalam meningkatkan pelayanan berpengaruh dengan kepuasan nasabah.

3. Pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diketahui dari nilai koefisien dari ketanggapan 0,274, yakni bernilai positif. Diketahui nilai t hitung dari ketanggapan adalah $3,295 > t$ tabel 1,99 dan Sig dari variabel ketanggapan adalah $0,002 < 0,05$, maka ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Daya tanggap kepada nasabah merupakan bentuk layanan kepada nasabah seperti menanggapi dan memberikan solusi ketika terjadi permasalahan pada nasabah. Kepedulian karyawan kepada nasabah ketika terjadi masalah dalam mengisi polis. Serta baiknya karyawan dalam menyampaikan informasi kepada nasabah. Pada penelitian ini daya tanggap terhadap nasabah begitu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diketahui dari nilai koefisien dari empati adalah 0,169, yakni bernilai positif. Diketahui nilai t hitung dari empati adalah $2,417 > t$ tabel 1,99 dan Sig dari variabel empati adalah $0,019 < 0,05$, maka empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jaminan yang menjadi variabel untuk mengukur kepuasan nasabah. Dengan memberikan kenyamanan dalam melayani nasabah dengan begitu nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, karena pelayanan tersebut begitu berpengaruh dengan kepuasan nasabah.

5. Pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diketahui dari nilai koefisien dari empati adalah 0,169, yakni

bernilai positif. Diketahui nilai t hitung dari empati adalah $2,417 > t$ tabel $1,99$ dan Sig dari variabel empati adalah $0,019 < 0,05$, maka empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Empati atau kepedulian yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah sudah baik. Harus peka terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan dengan nasabah agar nasabah merasa nyaman. Karena empati yang diberikan oleh karyawan begitu berpengaruh dengan kepuasan nasabah.

6. Pengaruh bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah. Diketahui nilai F hitung $83,233 > F$ tabel $2,358$ dan nilai Sig adalah $0,000 < 0,05$, maka bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi.

Hasil uji nilai koefisien determinasi (R -Square) adalah $0,741$. Nilai tersebut dapat diartikan variabel bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati mampu mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar $74,1\%$, sisanya sebesar $25,9\%$ dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas, yakni bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati mampu mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 74,1%, sisanya sebesar 25,9% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

1. Bukti nyata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penilaian nasabah terhadap bukti nyata berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pengguna layanan Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi. Nasabah sangat memperhatikan kebersihan disekitar gedung, atribut yang diberikan perusahaan, penampilan dan kerapian karyawan itu sendiri. Dengan demikian bukti nyata memiliki pengaruh dengan kepuasan yang dirasakan nasabah.
2. Keandalan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Keandalan yang diberikan oleh karyawan mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Hasil ini memberikan bukti bahwa keandalan dari penyedia jasa yang ditunjukkan dalam bentuk ketepatan waktu dalam melayani, keandalan agen dalam menjelaskan produk, keandalan dalam membantu masalah nasabah dan keandalan lainnya dalam meningkatkan pelayanan berpengaruh dengan kepuasan nasabah.
3. Ketanggapan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya tanggap kepada nasabah merupakan bentuk layanan kepada nasabah seperti menanggapi dan memberikan solusi ketika terjadi permasalahan pada nasabah. Kepedulian karyawan kepada nasabah ketika terjadi masalah dalam mengisi polis. Serta baiknya karyawan dalam menyampaikan informasi kepada nasabah. Pada penelitian ini daya tanggap terhadap nasabah begitu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Jaminan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan yang menjadi variabel untuk mengukur kepuasan nasabah. Dengan memberikan kenyamanan dalam melayani nasabah dengan begitu nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, karena pelayanan tersebut begitu berpengaruh dengan kepuasan nasabah.
5. Empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Empati atau kepedulian yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah sudah baik. Harus peka terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan dengan nasabah agar nasabah merasa nyaman. Karena empati yang diberikan oleh karyawan begitu berpengaruh dengan kepuasan nasabah.
6. Berdasarkan hasil uji simultan dengan uji F, bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Diketahui dari nilai F hitung $83,233 > F$ tabel 2,358 dan nilai *Sig* adalah $0,000 < 0,05$, maka bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Setia Budi. Dan hasil uji nilai koefisien determinasi (*R-Square*) 0,741. Nilai tersebut dapat diartikan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 74,1%, sisanya sebesar 25,9% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pimpinan Asuransi Jiwa Bumiputera agar memperhatikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Memperhatikan dan meningkatkan kelima variabel (bukti nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati), untuk kepuasan nasabah. Dan memaksimalkan kinerja karyawan guna mendapatkan dan mempertahankan nasabah.

2. Kepada para karyawan dibutuhkan kesadaran penuh untuk selalu bersikap atau berperilaku yang baik di dalam melayani setiap nasabah serta selalu berupaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Bagi para peneliti selanjutnya, hendaknya dapat menambahkan variabel-variabel lainnya yang kiranya dapat memperluas penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwannan Azwar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta : Gema Insani Press, 2001.
- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Aviliani dan Wilfridus. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*. Manajemen Usahawan Indonesia, 1997.
- Departement Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta : Darussunnah 2015
- Duwi Priyatno, Tjiptono Fandy. *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, Yogyakarta: Medikom, 2011
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* Malang : Bayumedia Publishing, 2005
- Ghazali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006.
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011
- Jujun S. Soeryasumantri. *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*, Jakarta: Sinar Harapan, 1978.
- J. Vrendenbregt, “*Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*” Jakarta: Gramedia, 1980.
- Kotler, Philip dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan, Jilid 2, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks 2004.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeka, 2005.
- Lexy J Moleong, “*Metode Penelitian Kualitatif*” Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Lupiyoadi, Rambat&A, Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat 2008.
- Masri Singarimbun dan Sofian Efendi,” *Metode Penelitian Survei*” Jakarta: LP3ES, 1995.
- Philip Kotler, *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jakarta : Purnhalindo 2000.

- Prenhallindo, 1996. Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat 2008.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS. 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2016
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta : Kencana. 2013.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset. 2014.
- Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta : GIP, 1997.

CURRICULUM VITAE

Nama : Abdur Rahman Nasution
NIM : 55154050
Tempat/ Tanggal Lahir : Sirambas 14 November 1996
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Fakultas/Jurusan/Semester : FEBI/ASR/IX
Alamat : Jl. Willem Iskandar No. 105
No.HP : 0813-9669-3462
Alamat E-mail : abdurrahmannst24@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan

- SD : SD Negeri 142614 Sirambas
- SMP : SMP SWASTA Ma`had Darul Ikhlas
- SMA/MA : SMA SWASTA Ma`had Darul Ikhlas

Nama Orang Tua

- AYAH : Puli Nasution
- IBU : Rohayani Nasution

Nama Dosen Pembimbing

- Pembimbing I : Zuhrinal M. Nawawi, MA
- Pembimbing II : Dr. Muhammad Arif, MA

Riwayat Organisasi

- PMII
- KSPMS Golden Uinsu
- Hamdi

LAMPIRAN I



Nomor : 36/KPR-Mdn/SDM/Riset/VIII/2019

Medan, 23 Agustus 2019

Hal : Izin Riset

Kepada Yth,
Pimpinan
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Wa'alaikumsalam Warahmatullahi Wabarokatuh.

Sehubungan dengan surat dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No.B-285/EB.I/PP.00.9/08/2019 tanggal 14 Agustus 2019 perihal *Permohonan Izin Riset*, maka dengan ini diberitahukan sebagai berikut :

1. Pada prinsipnya kami menyetujui dan memberikan izin untuk Riset di AJB Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Regional Sumbagut I/Medan.
2. Mahasiswa/i yang diberikan izin adalah yang tercantum dibawah ini, yaitu :

Nama	: Abdur Rahman Nasution
NIM	: 55154050
Tempat/Tgl. Lahir	: Sirambas, 14 November 1994
Sem/Jurusan	: IX/Asuransi Islam
Judul Skripsi	: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mitra Beasiswa (Studi Kasus AJB Bumiputera Cabang Setia Budi)"

Demikian kami sampaikan dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

AJB Bumiputera 1912
KPR Sumbagut I Medan

Agus Patami, SE
Kepala Wilayah

Tembusan :
- Arsip



LAMPIRAN II

Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BN1	109.4333	559.013	.742	.971
BN2	109.2667	584.892	.525	.972
BN3	108.9667	572.585	.815	.971
BN4	109.4667	551.016	.910	.970
BN5	109.2000	570.166	.645	.971
KH1	109.0333	574.930	.680	.971
KH2	109.5667	560.461	.809	.970
KH3	109.7333	586.892	.447	.972
KH4	109.4333	574.737	.596	.972
KH5	109.4333	553.357	.874	.970
KT1	109.2333	573.426	.725	.971
KT2	109.1667	574.144	.711	.971
KT3	109.9000	574.990	.655	.971
KT4	109.9000	571.886	.653	.971
KT5	109.6000	566.110	.638	.972

JM1	109.2000	567.200	.791	.971
JM2	109.5667	585.771	.536	.972
JM3	109.6667	553.816	.808	.970
JM4	109.4000	555.559	.862	.970
JM5	109.1333	568.533	.767	.971
EM1	109.1667	573.937	.601	.972
EM2	110.3333	578.782	.621	.971
EM3	109.8333	560.420	.716	.971
EM4	109.1000	572.438	.700	.971
EM5	109.1667	554.144	.870	.970
KN1	109.6000	555.421	.899	.970
KN2	109.8000	570.993	.684	.971
KN3	109.8333	563.109	.755	.971
KN4	109.5667	555.495	.838	.970
KN5	109.0667	574.685	.758	.971

Lampiran Statistik Deskriptif

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
BN1	1	1.43	9	12.86	10	14.29	22	31.43	28	40	70	100
BN2	0	0	3	4.29	17	24.29	22	31.43	28	40	70	100
BN3	1	1.43	10	14.29	14	20	16	22.86	29	41.43	70	100
BN4	1	1.43	15	21.43	8	11.43	21	30	25	35.71	70	100
BN5	1	1.43	10	14.29	10	14.29	20	28.57	29	41.43	70	100

No	STS	TS	KS	S	SS	Total
----	-----	----	----	---	----	-------

	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
KH1	1	1.43	5	7.14	9	12.86	29	41.43	26	37.14	70	100
KH2	0	0	3	4.29	19	27.14	20	28.57	28	40	70	100
KH3	1	1.43	12	17.14	16	22.86	18	25.71	23	32.86	70	100
KH4	1	1.43	15	21.43	14	20	22	31.43	18	25.71	70	100
KH5	0	0	13	18.57	11	15.71	23	32.86	23	32.86	70	100

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
KT1	1	1.43	8	11.43	15	21.43	24	34.29	22	31.43	70	100
KT2	0	0	6	8.57	20	28.57	20	28.57	24	34.29	70	100
KT3	0	0	15	21.43	18	25.71	20	28.57	17	24.29	70	100
KT4	0	0	15	21.43	13	18.57	21	30	21	30	70	100
KT5	0	0	9	12.86	10	14.29	31	44.29	20	28.57	70	100

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
JM1	0	0	7	10	8	11.43	18	25.71	37	52.86	70	100
JM2	1	1.43	7	10	18	25.71	20	28.57	24	34.29	70	100
JM3	1	1.43	18	25.71	14	20	18	25.71	19	27.14	70	100
JM4	0	0	12	17.14	10	14.29	22	31.43	26	37.14	70	100
JM5	1	1.43	9	12.86	9	12.86	19	27.14	32	45.71	70	100

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
EM1	0	0	6	8.57	17	24.29	21	30	26	37.14	70	100
EM2	2	2.86	12	17.14	26	37.14	19	27.14	11	15.71	70	100
EM3	0	0	14	20	13	18.57	24	34.29	19	27.14	70	100
EM4	0	0	10	14.29	11	15.71	24	34.29	25	35.71	70	100

EM5	0	0	10	14.29	12	17.14	23	32.86	25	35.71	70	100
-----	---	---	----	-------	----	-------	----	-------	----	-------	----	-----

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
KN1	0	0	8	11.43	19	27.14	24	34.29	19	27.14	70	100
KN2	0	0	12	17.14	19	27.14	22	31.43	17	24.29	70	100
KN3	1	1.43	15	21.43	19	27.14	19	27.14	16	22.86	70	100
KN4	0	0	12	17.14	10	14.29	24	34.29	24	34.29	70	100
KN5	1	1.43	8	11.43	10	14.29	26	37.14	25	35.71	70	100

Lampiran Uji Normalitas

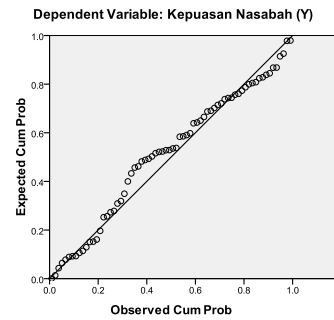
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31181522
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.066
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.940
Asymp. Sig. (2-tailed)		.340

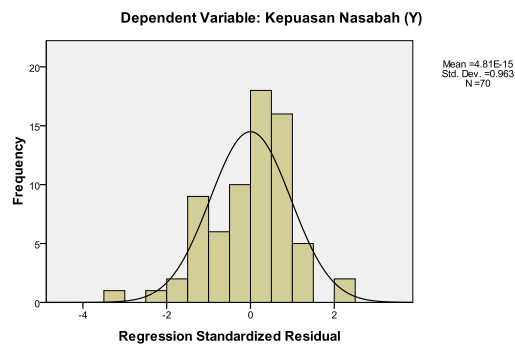
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram



Lampiran Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Bukti Nyata (X1)	.776	1.289
Kehandalan (X2)	.881	1.136
Ketanggapan (X3)	.880	1.136
Jaminan (X4)	.800	1.251
Empati (X5)	.899	1.113

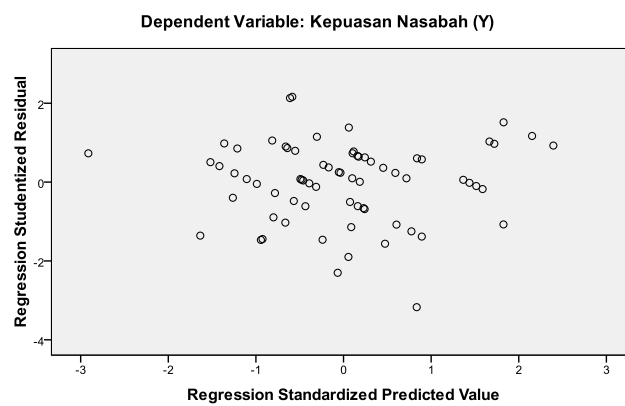
Lampiran Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.065	.263		.249	.804
Bukti Nyata (X1)	.015	.039	.054	.390	.698
Kehandalan (X2)	.042	.043	.125	.967	.337
Ketanggapan (X3)	.058	.051	.149	1.145	.256
Jaminan (X4)	-.025	.041	-.085	-.626	.533
Empati (X5)	-.044	.043	-.133	-1.036	.304

a. Dependent Variable: abs_residual

Scatterplot



Lampiran Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empati (X5), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), Bukti Nyata (X1) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.522	.485	.32377

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), Bukti Nyata (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.335	5	1.467	13.994	.000 ^a
	Residual	6.709	64	.105		
	Total	14.043	69			

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), Bukti Nyata (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.257	.430		.597	.552		
Bukti Nyata (X1)	.138	.064	.210	2.137	.036	.776	1.289
Kehandalan (X2)	.167	.071	.217	2.359	.021	.881	1.136
Ketanggapan (X3)	.274	.083	.303	3.295	.002	.880	1.136
Jaminan (X4)	.161	.066	.235	2.427	.018	.800	1.251
Empati (X5)	.169	.070	.220	2.417	.019	.899	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Bukti Nyata (X1) 5
 Kehandalan (X2) 5
 Ketanggapan (X3) 5
 Jaminan (X4) 5
 Empati (X5) 5
 Kepuasan Nasabah (Y) 5

No	BN1	BN2	BN3	BN4	BN5	KH1	KH2	KH3	KH4	KH5	KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	JM1	JM2	JM3	JM4	JM5	EM1	EM2	EM3	EM4	EM5	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5
1	2	3	2	2	3	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	4	4	2	3	4	3	4	5	5	3	3	5	4	
2	2	3	2	2	3	4	5	4	4	5	4	3	3	2	5	5	2	4	2	2	4	5	4	4	5	4	3	2	5	
3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	2	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4	2	2	4	2	2	5	4	3	5	
4	3	3	4	3	3	3	4	5	2	2	5	4	3	4	5	3	2	5	4	3	4	5	2	2	2	5	4	3	4	
5	2	3	4	4	3	3	5	5	3	3	4	5	2	4	2	5	3	3	5	4	3	5	5	3	3	4	5	2	4	
6	2	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	2	3	2	4	4	3	3	2	5	3	2	2	3	2	3	2	2	4	
7	3	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	3	2	3	4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	3	2	3	
8	4	5	5	5	2	2	3	2	3	3	4	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	2	4	3	3	4	
9	5	3	5	2	3	5	2	4	2	2	5	3	3	4	2	4	5	2	4	2	5	2	4	2	2	5	3	3	4	
10	5	4	5	3	4	4	3	4	3	3	5	4	4	2	4	3	2	3	2	4	4	3	4	3	3	5	4	4	2	
11	4	5	5	5	4	5	3	2	5	4	3	5	4	3	4	4	3	2	3	4	5	3	2	5	4	3	5	4	3	
12	4	3	5	5	1	5	3	3	5	4	4	5	2	4	4	4	3	3	4	4	5	3	3	2	5	5	2	4	5	
13	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	3	3	4	2	4	3	3	2	5	5	2	4	5	
14	5	4	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	1	5	
15	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	2	3	2	3	3	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	1	5	
16	3	2	3	2	2	4	5	2	4	2	4	5	2	2	4	4	5	2	4	4	4	5	2	4	2	4	5	2	2	4
17	5	5	5	5	4	3	2	3	2	4	4	5	2	5	4	5	5	2	4	5	5	4	5	5	5	4	5	2	5	4
18	4	4	3	1	4	4	3	2	3	4	2	5	2	5	5	5	5	3	5	5	4	3	2	3	4	2	5	2	5	5
19	5	4	4	2	5	4	3	3	4	4	3	5	3	2	4	5	4	1	5	5	4	3	3	4	4	3	5	3	2	4
20	5	5	5	5	4	5	3	3	4	2	4	5	3	3	4	4	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	4
21	3	3	5	2	3	4	5	4	4	5	1	4	4	5	3	5	4	4	5	5	3	3	2	5	5	2	4	2	2	5
22	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	2	4	5	4	4	2	5	4	3	3	5	5	3	4	3	3	5
23	4	5	3	3	4	3	4	5	2	2	2	5	5	2	5	4	5	2	2	4	4	3	4	5	4	3	2	5	4	4
24	5	5	4	4	5	3	5	3	3	3	4	3	4	4	5	5	3	3	3	5	2	4	2	2	5	3	5	4	5	5
25	3	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	2	3	2	4	5	3	3	2	5	5	5
26	2	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	5	4
27	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	2	2	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5
28	1	4	4	5	3	5	2	4	2	2	3	5	5	3	3	2	4	2	2	5	3	3	4	2	4	5	2	4	2	5
29	2	5	5	2	4	4	3	3	4	3	4	5	5	4	3	2	3	2	2	2	4	4	2	4	4	2	3	2	4	4
30	2	5	5	2	5	2	3	2	2	3	4	4	5	4	4	2	3	5	4	5	5	2	4	4	5	3	3	4	4	3
31	3	4	3	4	5	5	3	3	5	4	5	4	4	2	3	3	5	4	2	3	3	2	5	5	5	2	4	5	3	4
32	4	5	4	4	5	4	3	3	2	5	5	2	4	2	2	3	3	2	5	5	5	2	4	5	3	3	3	4	2	4
33	4	5	4	4	2	5	4	3	3	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	5	4	3	5	5	5	4	3	4	5
34	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	3	2	5	4	4	3	4	5	4	4	1	5	5	5	5	4	3	4	5
35	2	3	3	2	2	4	5	2	4	2	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	2	2	4	5	5	2	4	4	3
36	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	3	3	2	5	5	5	5	4	3	4
37	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4
38	5	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	2	5	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	2	5
39	5	2	4	2	2	5	3	3	4	2	2	4	2	2	5	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5
40	4	3	4	3	3	5	4	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	2	3	2	4	4	3	4	3	3	3
41	5	3	2	5	4	3	5	4	3	4	3	2	5	4	4	5	4	3	4	5	3	2	3	4	3	3	2	5	4	4
42	5	3	3	5	4	4	5	2	4	4	3	3	5	4	5	5	2	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	5	4	5
43	4	3	3	2	5	5	5	2	4	5	3	3	2	5	5	2	3	2	2	3	3	3	4	2	4	3	3	2	5	5
44	5	4	3	3	5	5	3	5	5	4	3	3	5	5	5	3	5	4	2	3	2	2	2	2	4	3	4	3	2	2
45	3	3	3	3	3	5	4	1	5	5	4	3	4	5	4	1	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3
46	4	5	2	4	2	4	5	2	2	4	5	2	4	2	4	5	2	2	4	5	5	2	4	4	3	4	2	5	3	3
47	3	2	3	2	4	4	5	2	5	4	2	3	2	4	2	5	2	5	4	5	5	2	4	5	4	2	2	5	4	4
48	4	3	2	3	4	2	5	2	5	5	3	2	3	4	3	5	2	5	4	5	3	5	5	3	5	5	3	3	5	4
49	4	3	3	4	3	5	3	2	4	5	4	5	5	4	5	3	2	4	4	4	1	5	5	5	5	4	4	5	2	2
50	5	4	5	5	5	4	5	3	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	2	5	5	5	3	3
51	5	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	2	5	5	5	3
52	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	2	4	1	4	4	2	5	4	3	5	5	4	1
53	4	5	2	4	4	4	5	4	2	5	4	5	2	2	4	5	5	2	5	2	5	4	4	5	5	4	5	4	5	2
54	5	5	2	4	5	3	5	4	3	5	5	3	3	4	4	3	4	5	2	5	5	5	4	4	5	4	2	4	5	2
55	5	5	3	5	5	4	5	4	4	2	5	5	4	3	3	5	4	4	5	3	5	3	5	4	4	2	4	2	5	2
56	5	4	1	5	5	4	3	5	4	2	4	5	4	3	5	4	4	2	4	5	3	5	2	4	3	4	3	5	3	3
57	4	5	2	2	4	5	4	5	5	3	4	4	4	2	4	4	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3
58	4	5	2	5	4	1	5	4	2	4	2	4	2	2	4	5	3	3	3	4	4	5	3	2	4	2	5	3	3	3
59	2	5	2	5	5	3	5	5	2	5	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	5	5	3	4	5	3	4	5	2	5
60	3	5	3	2	4	2	3	5	3	2	3	2	5	4	5	4	4	4	4	2	5	4	3	3	4	2	3	4	4	3
61	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
62	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	2	5	5	2	4	2	2	5	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4
63	4	4	4	4	5	2	3	3	3	4	3	3	3	5	5	3	4	3	3	5	3	4	5	2	4	3	3	3	4	5
64	4	5	4																											